



## Kodin valokuvat digitaalisessa kulttuurissa\*

Valokuvaus on alusta asti liittynyt kiinteästi kodin piiriin ja yksityisen alueelle. Tämä näkyy selvimmin potreissa ja perheen siirtymäriittejä ikuistavissa valokuvissa, kuten hääkuvissa, mutta myös muissa kodin piirissä näpsytyissä otoksissa. Kaikissa näissä kuvissa valokuvien ja muistin perustavanlaatuisen suhde kietoo yksilölliset ja kollektiiviset identiteetit perheen aikaan ja yhteiseen kertomukseen. Varsinainen amatöörialokuvaus puolestaan kuuluu – tosin ei useinkaan kovin tietoisesti – konsumeristisiin harrastuksiin, jotka jäsentävät yksityistä (varsinkin miesten) vapaa-aikaa. Lisäksi valokuvaus kytkeytyy yksityiselämään ”kotiviihteen” muodossa – tähän voidaan laskea monia kuvallisen huvittelun muotoja aina viktoriaanisista stereoskoopeista nykyisiin videoihin ja tietokonepeleihin saakka.

Lehdistön ja julisteiden välityksellä leviävät valokuvat ovat muiden joukkotiedotusvälineiden lailla välittävä tekijä yksityisen ja julkisen alueiden kesken: astuessaan koteihin julkiset kuvat tekevät julkisen alueen kotoisemmaksi ja antavat yksityiselle julkista merkitystä (Thompson 1990).

Kaksi käsitettä ovat hyödyksi valokuvauksen ja perheen välisten yhteyksien tarkentamiseksi: ensinnäkin *kulutuskuultuuri*, jonka ehtojen mukaisesti valokuvaustekniikka ja kuvat saavat perheessä kulutustavaroiden muodon. Kuvien tekemisen, manipuloimisen, esittämisen ja kuluttamisen välineet muodostavat valtavat markkinat, jotka – varsinkin Kodakin tekemän kehittelytyön jälkeen 1800-luvun lopulta lähtien – varustavat kodit tehokkailla itsensä representoinnin ja symbolisen reproduktion välineillä, jotka ovat ostettavia tavaroita. Tällaiset representoinnin välineet on rakennettu tuotamaan tietynlaisia kotielämään kuuluvia sosiaalisia suhteita ja aktiviteetteja sekä käyttämään niitä hyväksi. Representoidessaan jokapäiväistä elämää valokuvaus siis myös strukturoi sitä. Tähän vaikuttavat monet päällekkäiset seikat, esimerkiksi kameratekniikan tavaraluonteisuus, mainonta ja markkinointi sekä valokuvauksen yhdistäminen muuhun kuluttamiseen, kuten turismiin (Slater 1991). Jul-

Artikkeli käsittelee perheen piirissä otettujen kuvien ja perhealbumin paikkaa nykyisen digitaalisen kulttuurin kuvavirrassa. Perhealbumit tuotetaan edelleenkin hyvin konventionaalisella tekniikalla, mutta niiden asema on muuttunut kodin ’kuvataloudessa’ ratkaisevasti tietokoneiden ja kodin viihdekeskusten yleistymisen myötä. Vaikka ihmiset arvostavatkin perhealbumeihin tallennettuja valokuvia, niitä katsellaan ja järjestellään äärimmäisen vähän. Perhealbumin on osittain korvannut metaforinen ’ilmoitustaulu’, jossa valokuvat nököttävät rinta rinnan laskejen, ilmoitusten, esitteiden ja julkisuuden kuvien kanssa.

Perheen piirissä tapahtuva valokuvaus on myös tapa representoida itseään. Tässä mielessä se tarjoaa aidon mahdollisuuden lisätä toimintakykyisyyttä ja kritisoida julkisuuden kuvatuotantoa. Tämä mahdollisuus ei kuitenkaan realisoidu, koska vapaa-aika on entistä enemmän strukturoitunut tavaramuotoisten valmiiden kuvien kuluttamiseksi.

\* Teksti on julkaistu alunperin Martin Listerin toimittamassa kokoelmassa *The Photographic Image in Digital Culture* (Routledge 1995) nimellä Family Snapshots in Digital Culture. Alkuperäinen artikkeli ilmestyi ilman kuvitusta.

kiset kuvat myös siirtyvät yksityisen alueelle nimenomaan tavaroina: julisteiden tai viikko- ja päivälehtien kuvina.

Valokuvauksen kannalta toinen tärkeä käsite on arkea strukturoiva *vapaa-aika*. Moderneissa perheissä on epäilemättä monenlaisia käytäntöjä ja suhteita symboliseen reproduktioon. Mutta vapaa-ajan käytännöt ovat tässä tärkeitä, koska ne mielletään sekä kulutukseksi että erityiseksi perheen idealisoidun identiteetin vahvistamisen muodoiksi. Sekä perhealbumit että mainoskuvat tuovat toistuvasti esiin sen, kuinka perhe esitetään jäsenilleen ja yleisölle: vapaa-ajassa, leikeissä, le-



päämässä, puuhastellen – kaikinensa tavattoman tavallisena. Perhe ja siihen kuuluvat yksilöt tunnistavat henkilökohtaisen elämänsä merkityksellisyyden nimenomaan "vapaan" ajan vietossa ja tapahtumissa. Täten vapaa-aika on leikkauspiiste, jossa perheidentiteetti kohtaa kaikkein voimallisimmin kulutukseen perustuvan kapitalismin. Yleensä kamera on todistamassa tätä kohtaamista.

Digitaalisen kulttuurin arjessa valokuva saa muotonsa ja voimansa sekoituksesta kotoisuutta, kulutusta ja vapaa-aikaa. Uusi kuvallinen teknologia valtaa arki- paikkansa olennaisesti kotiviihteen muodossa: hyödykkeinä, jotka keksitään, suunnitellaan ja markkinoidaan perheen yksityiseen vapaa-aikaan. Ylipäätään uudet ja vanhatkin kotivihteseen laskettavat puuhut ja tekniset keksinnöt pohjautuvat kuvallisuudelle. Tämän vuoksi valokuvaus on välttämättä suhteessa vapaa-ajan hyödykkeisiin, vaikka itse valokuvauksen tekniikassa ei olisikaan tapahtunut muutoksia. Esimerkiksi cd-romille voidaan siirtää tavallisia valokuvia, mutta aivan yhtä hyvin se voi olla tallennusmuotona tietokonepeleille ja – ainakin tulevaisuudessa – myös elokuville. Näin ollen perhekuvat, kuvat meistä itsestämme, tulee suhteuttaa valtavaan kuvavirtaan, joka on ohjelmoituna vapaa-ajan hyödykkeisiin: videon elävään kuvaan, tietokonepelin hahmoihin tai jopa "graafi-

seen käyttöliittymään”, joka saattaa olla meille tutumpi kuvamaailma kuin perheen valokuvakansio. ”Kotiviihde” ei tietenkään ole selkeästi rajattava käsite: se liudentuu osin muihin kaupallisiin alueisiin, kuten amatööri- ja harrastustoimintaan (joihin usein liittyy kuvitelma tai haave ammattilaisuudesta), vakaviin tai näennäisen sivistäviin pyrkimyksiin ja todelliseen työntekoon (kuten nykyisin muodikkaassa ideassa ”kotitoimistosta”). Yksi ainoa tietokone, jossa on cd-rom -asema ja kuvankäsittelyohjelma, voi palvella kaikkia näitä tarkoitteita pelien pelamisesta pienen liikeyrityksen pyörittämiseen. Suurin osa markkinoinnista käyttää kuitenkin iskusananaan viihdettä ja esittelee muita päämääriä, varsinkin oppimista ja opetusta, vain oikeuttaakseen mittavan ajan ja rahan kulutuksen, joka muutoin saattaisi vaikuttaa holtittomalta.

Tyypillinen kodissa oleva kuva on siis joko ”kotiviihdettä” tai ainakin liittyy siihen jollain tavoin. Koko ajatus tietovirtojen yhdistymisestä digitaalisen kulttuurin myötä näyttää konkretisoituneen jo aiemmin sellaisissa tuoteimagoissa kuin stereoräkki tai 1950-luvun huonekalumainen televisio-radio-levysoitin -yhdistelmä. Nyt tietovirtojen tiivistyminen multimediaksi on luonut kokonaisen kodin viihdekeskuksen, jossa yhdistyvät monet pitkälle kehitellyt tavarat (kasetti- ja cd-soitin, videonauhuri, cd-rom peleineen, kaapeli- ja satelliittitelevisio, televiestimet kuten faksi, modeemi ja viestien välitysjärjestelmät jne.). Näitä mediamuotoja voi edelleen yhdistellä ja käsitellä tietokoneiden tai ääni- ja kuvankäsittelyohjelmilla.

Vaikka monet keksinnöistä on vasta saatu markkinoille, useiden ihmisten arkipäivään kuuluu jo nyt teknologialla laajennettu kuvakavalkadi. Videot (joilla kuvavirtaa voi keskeyttää ja hallita) sekä tietokonepelit (jotka tuottavat vuorovaihteisuutta uudenlaisilla kuvavirroilla) ovat kenties tehokkaimmin uudistaneet kotien kuvataloutta. Valokuvaus on astunut varsin myöhään tähän digitaaliseen kuvamaailmaan. Erityisesti pokkarikameralla näpsittävät valokuvat – kuvat, joita itse otamme itsestämme ja jotka ovat arkipäiväistä itsen representoimista – ovat vähäisesti edustettuina uuden elektronisen kotilieden äärellä. Kotoisaan perhekuvaan digitaalisuus on vasta tekemässä tuloaan skannauksen, kuvanauhalla kaappaamisen tai digitaalikameran myötä. Yksityiset kuvat eivät ole vielä astuneet ”tiedon valtatielle” televiestimiin tai digitaalisiin kokonaisuuksiin (multimedian avulla olisi mahdollista yhdistää valokuva kuvavirtaan, jossa sekoittuisivat julkiset ja yksityiset kuvat, elävät ja still-kuvat, äänet, tekstit ja muut informaation muodot). Tähän eivät ole pyrkineet kuin edistyneet asian harrastajat. Perhekuvien myöhäinen siirtyminen digitaaliseen kulttuuriin saattaa kieliä jotain niiden asemasta tulevaisuudessa, mutta tällä hetkellä teknologian tarjoamien tulevaisuusnäkyvien arvailu on enemmän tai vähemmän epäluotettavaa spekulointia.

Kotiloissa tapahtuvan valokuvauksen kehityksessä ei siis ole olennaista kuvausprosessien digitoituminen, vaan erilaisten kuvavirtojen ja niiden yhdistelyn mahdollisuus – digitaalisten kotitaloustavaroiden strukturoimina. Tässä yhteydessä hallitseva rakenne on *vapaa-aika*. Arkipäiväisen valokuvauksen tarkasteleminen tästä näkökulmasta liittyy sen suoraan yhä keskeisemmäksi käyvän ”postmodernin” nykyajattelun tutkimusteemaan: vapaa-ajan ”privatisoitumiseen” (tästä esim. Tomlinson 1990). ”Vapaa-ajan privatisoitumisella” tarkoitetaan sitä, kuinka kulutus keskittyy koteihin, ja miten kotona nautittavasta vapaa-ajasta ja viihteestä tulee yhä keskeisempi kulutuskohde. Tyypiesimerkki tällaisesta kehityksestä on yleinen oletus siitä, että televisio on korvannut elokuvan. Television ja tietokonepelien myötä kodista muodostuu vapaa-ajan keskus, josta ei tarvitse lähteä julkisille paikoille huvittelemaan. Yhä yleisempi on kuva perheestä, joka lähtee illalla ulos vain piipahtaa videovuokraamossa hankkimassa ohjelmaa koti-ilan viettoon. Jopa kulttuurintutkijoiden erityisesti suosima esikaupunkialueiden nuoriso näyttää vetäytyneen kaduilta sisälle pelikonsoliensa ääreen. Nämä aktiviteetit vaikuttavat postmodernilta ironialta viktoriaanisesta ihanteesta, johon

kuului perheen omavarainen yksityisyys. Vaikutelmaa vahvistaa yhteiskunnallinen huoli siitä, että nykyviihteen ja vapaa-ajan vieton kotikeskeisyydestä huolimatta niiden vaikutus perheisiin on pikemminkin eriyttävä: perheeseen kuuluu isä, äiti, lapset ja televisio. Jokainen perheenjäsen katselee omassa huoneessaan eri ohjelmia, lukkiutuu tietokonepelinsä tai ääniavaruutensa maailmaan (omilla äänentoistolaitteillaan tai korvalappustereoillaan), puuhaa omien harrastusten ääressä tapaamatta toisia edes ruokapöydässä. Keskustelunkin voi korvata sähköpostiviestien vaihto. Tämä on hyvin yleinen kauhukuva: vapaa-ajan hyödykkeet eivät yhdistä jokapäiväisen kotielämän viettoa, vaan tekevät sen olemassaolon merkityksettömäksi. Tekniikka tuottaa sosiaalisuuden sijaan solipsismia. Kenties tulevaisuudessa perhe onkin olemassa vain perhepotrepteissa, jotka ovat yhdistyneet osaksi samaisen perheen hajottanutta digitaalista virtaa.

Tämä kehitys vie kuitenkin aikaa, vaikka sitä nykyisin mainostetaankin "post-modernina". Raymond Williams (1974) luonnehtii samaa ilmiötä hieman monipuolisemmin "liikkuvuuden ja privatisoitumisen" (*mobile privatisation*) käsitteistöllä. Ilmaisua sisältää ajatuksen, että moderni kotielämä ei olekaan kirjaimellisesti kotiin keskittyvää, vaan jokapäiväisen elämän yksityinen luonne syntyy perheen yksityisyyden ja modernin liikkuvuuden dialektiikasta. Williams kuvailee radio- ja televisiolähetysten alkuperää liittäen sen radioita tuottaneen teollisuuden rakenteisiin ja yhdistää tämän vielä yleisempään 1920-luvulla tapahtuneeseen uusien kestokulutushyödykkeiden (joihin kuuluivat hyvin vahvasti kamera ja kuvalehdistö) leviämiseen. Williams väittää, että tätä kotitalouden muutosta luonnehtivat "kaksi näennäisen paradoksaalista, mutta syvällisesti toisiinsa liittyvää modernin teollistuneen kaupunkilaiselämän tendenssiä: toisaalta liikkuvuus, toisaalta perheen kotielämän yhä selvempi omavaraisuus" (Williams 1974, 26). Oma auto ja koti, lomamatka ja illanvietto telkkarin ääressä – sekä hyödykkeet että vapaa-ajan elämykset luovat rajallisen ja eristyneen alueen, jolla voi selviytyä hengissä tilaa ja etäisyyttä nitistävissä modernissa yhteiskunnassa. Liikkuvuus ja privatisoituminen ovat Williamsin mukaan kytkeytyneet toisiinsa yhteisen syntyperänsä vuoksi. Molemmat syntyvät teollistumisesta, jossa työmarkkinat, teollisuuden keskittyminen ja kaupungistuminen vaikuttavat väestön alueelliseen liikkuvuuteen (kuten myös sosiaaliseen liikkuvuuteen ja statuksen liikkeeseen). Tämä on hajottanut pienet yhteisöt ja suurperheet. Liikkuvan perheen on olosuhteiden pakosta oltava pienempi ja omavaraisempi. Edelleen Williams niveltää tämän kehityksen tiukkaan erotteluun, jolla julkinen ja yksityinen (kuten myös miehet ja naiset) erotetaan toisistaan arjessa, joka rakentuu työpäivän, työviikon ja työvuoden mukaan. Kapitalistisen tehdaskurin, porvarillisen sosiaalisen sääntelyn ja työväenluokan vaatimusten ristiriitojen välistä puristautuneet ideat vapaudesta ja perheestä alkoivat identifioitua yhä enemmän keskenään. Molemmat yhdistyivät työn ulkopuoliseen aikaan ja tilaan: vapaa-aikaan, joka oli myös perheen aikaa sekä ideaalisesti henkilökohtaisten merkitysten ja täyttymyksen aluetta.

Arkista digitaalikulttuuria voidaan pitää näiden kehityssuuntien laajentumana. Niinpä Morleyn (1992) ja Tomlinsonin kaltaiset kirjoittajat eivät tutki erityistä mediavallankumousta tai digitaalisuuden vaikutusta mediateknologiaan, vaan tarkastelevat yhtäältä kotona vietettävän vapaa-ajan suhdetta perhedynamiikkaan ja toisaalta tavaraistumisen uusia muotoja. Jos pyritään tutkimaan valokuvaa digitaalisessa kulttuurissa, viitekehukseen ei tarvitsisikaan sisällyttää varsinaista valokuvauksen teknologista muodonmuutosta, vaan tarkastelun kohteeksi voisi tulla tavaraistumisen ja privatisoitumisen strukturoima kuvien kierto kotielämässä. Media- ja viestintäteknologian sulautuminen koteihin ja lomailuun käy yhä selvemmäksi, mutta ne saavat kulutuksellisen vapaa-ajan ja viihteen muodon.

Valokuvan kohtalo jokapäiväisessä digitaalikulttuurissa hajaantuu siis vapaa-ajan elämysten monimutkaiseen rakenteeseen, jossa kohtaavat kulutukseen perustuva kapitalismi ja perheidentiteetin konstruointi. Tästä syystä esitykseni alkaa

tarkastelulla siitä, kuinka valokuvaus ja vapaa-aika ovat historiallisesti rakentuneet suhteessa toisiinsa. Tätä taustaa vasten voidaan ymmärtää uusien digitaalisten hyödykkeiden käyttöä kotielämässä – olettaen siis, että nekin enimmäkseen ovat vapaa-ajan viettoon tarkoitettuja kulutustavaroita. Tällä hetkellä ei kuitenkaan näytä alkuunkaan siltä, että kodin piirissä harrastettava valokuvaus – albumiin tarkoitettujen perhekuvien räpsiminen – olisi muuttunut vähääkään digitaali-tekniikan myötä. Aivan selvä muutos sen sijaan on tapahtunut kontekstissa, johon perhekuvat kuuluvat. Kotien kuvatalous on muuttunut: digitaalinen teknologia on tuonut kotitalouksien ajankäyttöön ja tilaan määrältään ja monimuotoisuudeltaan paisuneen julkisten kuvien virran. Tämä laajennus tuntuu sopivan konsumerismin logiikan osuvaksi jatkeeksi, jota kuvien räpsiminen perhepiirissä ei voi tuottaa. Artikkelini loppuosassa pohdinkin sitä, onko kotona valokuvaaminen marginalisoitumassa itsen representoinnin muotona. Ja jos näin on, mitkä ovat tilanteen poliittiset seuraamukset.

## Valokuvaus, vapaa-aika ja identiteetti

Valokuvaus on ollut toimiva strategia yhdistää perhe, vapaa-aika ja kuluttaminen yksityiseksi maailmaksi, joka on yksi keskeinen paikka identiteetin artikulaatiolle. Valokuvauksen erityinen voima on näyttänyt olevan sen kyvyssä nostaa lattea, tavanomainen ja merkityksetön yksityinen kokemus idealisoitujen hetkien tasolle ja kuviksi, joiden varaan voi luoda sosiaalisesti merkittäviä identiteettejä. Väittäisin, että tämä noste tavallisesta merkitykselliseksi on historiallisesti kiinnittynyt vapaa-ajan ideaan, varsinkin kuluvan vuosisadan aikana.

Pioneerityössään *Beyond the Family Album* (1986) Jo Spence esitti sen, kuinka itsensä representointi on itsensä konstruointia: pakotamme itseemme aktiivisesti koodeja sukupuolesta, suvusta, luokasta ja ulkonäöstä esiintyessämme kameran edessä, valitessamme kuvauksellisia hetkiä ja valikoidessamme edustavia valokuvia. Perheen valokuva-albumin koostaminen operoi muistilla ja sitä kautta sekä henkilökohtaisella että perheen identiteetillä ja vieläpä näiden vahvalla keskinäisellä riippuvuudella. Lisäksi tämä nykyyhetkessä suoritettava valokuvallinen käytäntö konstruoi tulevia muistoja. Me konstruoimme itsemme kuvaa *varten* ja kuvien *avulla*. Spence ja muut tutkijat ovat panneet merkille kuvien käyttöön liittyvän monimuotoisuuden ja vaihtelun lisäksi myös käytäntöjen rajoittuneisuuden: konventiot rajaavat sitä, *mitä* pidetään kuvaamisen arvoisena ja sitä, *miten* asioita tulisi valokuvata. Niinpä kameralla näpsittyjä kuvia ja amatöörialbumia onkin yleensä pidetty latteana ja banaalina itsensä representointina. Käytäntöjen rajoittuneisuuden taustalla on useimmiten pyrkimys idealisoida itseään ja perhettään. Ammattimaisessa valokuvauksessa idealisoinnin tunto on kenties vahvimmillaan. Hääkuvat, koulukuvat ja ylioppilaskuvat ostetaan, jotta ammattilainen koodaisi näistä yksityistapahtumista esimerkillisiä suorituksia, täydellisen sovinnaisia ja samanaikaisesti taianomaisia. Siirtymäriittien representoinnilla pyritään rituaalisesti sosiaaliseen ihanteeseen, ja tätä kautta myös sosiaaliseen identiteettiin. Tässä pyrkimyksessä tapaamme luottaa ammattilaisiin. Itse näpsityt kuvat – ja hieman toisella tapaa myös harrastelijavalokuvat – ovat idealisaatioita siinä mielessä, että niitä värittää sentimentaalisuuden suodatint. Kaikkein yleisimmät valokuvat esittävät ”rakkaimpiamme” – puolisoja ja lapsia – ja ne on otettu vapaa-aikana hauskanpidossa. Tästä ajatuksesta lähtien Jo Spence kehitteli aiheitaan ja osoitti, *mitä* perhealbumista jätetään pois: toisaalta kivun, kauhun ja riidan hetket (jopa kaikki jäljet tällaisesta – eron jälkeen tietyt kuvat revitään kansioista pois); onnettomuus voi olla esillä vain jos se on sentimentalisoituna muodossa (esim. vauvan itku). Myös monia tuokiokuvia jätetään pois, koska ne luokitellaan tavanomaisiksi tai liian arkipäiväisiksi. Näissä yhteyksissä tavanomaisuus tarkoitt-

taa työntekoa: kotityöt ja palkkatyö eivät yleensä ole esillä perhealbumissa. Perhealbumin tavoite ei ole dokumentoiva, vaan sentimentaalinen, koska siinä pyritään kiinnittämään ihmisiin lämpimiä tunteita ja identifikaatioita sekä nostamaan hetkiä arjen tuolle puolen. Perhekuvat idealisoivat ihmisten tai tapahtumien arvon ja samalla myös menneen ja nykyisen suhteemme niihin. Idealisointi on todellakin kaavamaista. Se ei synny ihmisten tai asioiden välisten suhteiden ominaislaadusta vaan sosiaalisesti hyväksytyistä, konventionaalisista tavoista kuvata asioita. Kotivalokuvia määrittävätkin tiukasti niiden *genret*.

Perheidentiteetin sentimentalisoinnin päänäyttämöksi on noussut vapaa-aika ja sen elämykset. Vapaa-aikaa pidetään todellisten henkilökohtaisten merkitysten aikana ja paikkana. Käsitteenä vapaa-aika on kylläkin hankala. Sen ilmeinen merkitys – aika ja toiminta, joka on ”työnteon” ulkopuolella, joka on ”vapaata” ja käytettävissä pelkästään yksilön ja perheen yksityisten mieltymysten mukaan, jota vietetään silkaksi huviksi, rentoutukseksi, virkistykseksi – peittää näkyvistä yksityisen ja julkisen maailman välisen suhteen monimutkaisuuden (ks. esim. Rojek 1985, Green *et al.* 1990). Vapaa-aika on kuitenkin kulttuuri-ideaali, joka yhdisti 1800-luvulla kolme suurta teemaa. Ensinnäkin käsitys, jonka mukaan vapaus ja autenttisuus toteutuvat yksityisen ihmisen elämässä vailla julkisen vallan väliintuloa, sijoittuu uskonnollisesti, moraalisesti ja tunteen tasolla perhe-elämään sekä perheen yhtenäisyyttä symboloiviin yksityisiin, ei-pakollisiin aktiviteetteihin. Toiseksi: juuri vapaa-ajan yksityinen luonne oli yhteiskunnallinen ja poliittinen uhka (työväenluokan joutilaisuus ja paheet), minkä vuoksi vapaa-aikaa ryhdyttiin sääntelemään tehokkaasti. Porvarilliset kuluttamisen normit yritettiin pakottaa kaikille ja vapaa-aikaa pyrittiin rakentamaan kunniallisen, vastuullisen porvarisperheen kuvan mukaan (ks. Cunningham 1980, Rose 1991 ja 1992). Kolmanneksi: vapaa-ajan säätely eteni käsi kädessä sen kaupallistumisen kanssa: kunniallinen vapaa-ajan vietto oli hyödykkeinä myytävien tavaroiden, elämysten, viihteen ja tapahtumien kuluttamista.

Vapaa-aika siis kumpuaa pitkälti lisääntyneestä arvostuksesta porvarillista järjestystä kohtaan, ja perheen kunniallisuus on osa näitä rakenteita. Tätä yhteiskunnallista valta-asemaa lisäsi osaltaan paternalistinen säätely ja toisaalta yritykset hyödyntää ”vapaa-aikaa” kaupallisesti. Valokuvaus ilmestyy tähän tilanteeseen kahtalaisessa muodossa: se on sekä hyödyke että metahyödyke, sekä vapaa-aikaa että metavapaa-aikaa. Tarkoitan sitä, että valokuvaus on vain yksi uusista aktiviteeteista ja tavaroista, jotka palvelivat perheen vapaa-ajan viettoa. Mutta se on myös väline vapaa-ajan ja sen arvojen representoimiseen sekä vapaa-ajan ja perheen symboliseen reproduktioon. Jo viktoriaanisessa porvariskodissa valokuvaus oli tärkeässä asemassa: valokuvien asetteleminen takan reunustalle eli perheen kotialttarille sakralisoi perheen ja lisäsi kunniallisuutta uskonnon ja kulutuksen kautta. Perheestä otettu studiopotretti konkretisoi ja suurenteli perheen merkitystä; se oli hetken tai henkilön muistoa pyhittävä reproduktio, joka sijoittui arkikäytäntöjen tuolle puolen. Valokuvallisia muotokuvia voidaan pitää toisaalta henkilösuhteiden sentimentalisoitina, toisaalta arvostettuna muotina (kuten vaikka 1860-luvulla levinnyt villitys käyntikorttikuviin). Stereoskooppien kaltaiset villitykset toivat speaktaakkelinomaiset kuvat (esim. dioraamat ja panoraamat, joista valokuvaus alunperin kehittyi) koteihin neljän seinän sisälle, ja täten ne seurasivat sivistyneiden seurapeliin perinnettä (Slater 1995). Kuvat julkisista henkilöistä (kuten kuningatar Viktoriasta) ja eksoottisista paikoista (brittiläisen imperiumin etäisistä kolkista) kytkivät kotitalouden ”kuviteltuun yhteisöön” ja mielikuvaan siitä, että maailma on jokaisen kuluttajan saatavilla oleva speaktaakkeli.

Valokuvauksen laajamittainen yleistymisen kodin piirissä jatkoi edellä mainittuja valokuvauksen teemoja, mutta liitti niihin vielä yhden uuden: perheen ja arkielämän modernisaation. Modernin kulutuskulttuurin kehitys 1600-luvulta eteenpäin voidaan esittää sarjana ”keskiluokkia”, jotka nousivat kulttuurisesti ja

kaupallisesti merkittäviksi. Ensimmäiseksi 1700-luvulla erottautuivat kaupungistuneiden ja kaupallisten teollisuustuottajien keskisäädty, joista myöhemmin muotoutui tiiviimpi viktoriaaninen porvaristo. Toinen tällainen sääty, kuten Aglietta (1979) toteaa, oli vuosisadan vaihteesta 1920-luvulle kehittynyt uusien valkokaulustyöläisten muodostama keskiluokka. He olivat alemman tai keskitason johtajia yritysten ja hallintovirastojen palveluksessa. Näissä luokissa yhdistyi halu hankkia kodeilleen ylempien luokkien arvostusta sekä pyrkimys modernisoida elämä sarjavalmisteisilla hyödykkeillä ja elämyksillä. Uusi keskiluokka kiedottiin nopeasti konsumerismiin ja sen myötä kotielämän ja vapaa-ajan modernisoinnin projektiin. Ompelukoneet, sähkölamput, imurit ja keittiökoneet ilmestyivät koteihin, unohtamatta itseään kunnioittavan modernin perheen tärkeintä säilytysastiaa: asuntoa esikaupungissa. Vapaa-aikaa modernisoitiin turismilla ja muilla liikkuvuutta korostavilla aktiviteeteilla, kuten pyöräilyllä ja moottoriturheilulla. Arvostettavaan modernisaatioon kuului myös kosmopoliitti kaupunkilaisuus; muodikas pukeutuminen ja muotijärjestelmä levisivät laajalle. Myös representoimisen välineet modernisoituivat: ensin populaarilehdistön kasvun kautta, myöhemmin yleisö sai ihasteltavakseen henkeäsalpaavat liikkuvat kuvat.

Olen aiemmissa artikkeleissani (ks. esim. Slater 1991) hahmotellut, kuinka valokuvaus, jonka Kodak esitteli suurelle yleisölle, sekä viritti että hyödynsi näitä trendejä. Ensinnäkin Eastman mullisti 1880-luvulta lähtien ajatuksen koko valokuvauksesta. Huimaa teknistä taitoa, aikaa ja rahaa vaativasta käsityötaidosta tuli kaikille kuluttajille helppoa vapaa-ajan toimintaa. Valmiiksi ladatut rullafilmit, yksinkertaistetut sulkimet ja linssit takasivat luotettavan tarkkuuden parista metristä äärettömään. Filmien kehitysliikkeet tekivät tarpeettomaksi kemialliseen osaamiseen liittyvän vaivan ja epävarmuuden. Kaikki tämä tarjottiin hinnalla, joka räjäytti massamarkkinat ja takasi näin edullisen hinnan jatkossakin. Toinen seikka liittyy edellä hahmottelemaani modernisaatioon. Valokuvauksesta ei tullut ainoastaan yksi vapaa-ajan aktiviteetti, vaan sen avulla uudet keskiluokat saattoivat jäsentää, artikuloida, muuta vapaa-aikaansa ja kotielämäänsä. Kamera oli mukana vapaa-ajan tavaranä, mutta se myös representoi keskiluokkia, koska sillä oli *metatavaran* ominaisuuksia. Täten valokuvausta markkinoitiin ja myös käytettiin osana lomailun ja turismin kaltaisia uusia aktiviteetteja. Mainoksissa valokuvauksesta esiteltiin lomamatkojen ympäristöissä (varsinkin meren rannalla), ja usein se yhdistettiin muihin vapaa-ajan kulutustavaroihin, esimerkiksi polkupyöriin ja autoihin. Kolmas tärkeä seikka on, että tekniikka ja vapaa-aika yhdistyivät mielikuvassa modernisoituvasta perheestä. Kamerasta tuli yksi keskeinen kodin modernisuuden merkittäjä, ja sillä oli siis mahdollista myös representoida tätä moderniuutta. Valokuvauskone oli osa perheen arjen automatisointia, yksinkertaistettua teollista teknologiaa pesukoneen tai pölynimurin tavoin. Kodakin mainonta suunnattiinkin selkeästi myös naisille äiteinä ja ”kodinrakentajina” – hehän olivat modernin kodin tuottajat sekä symbolisesti että käytännössä.

## Konsumerismin jännitteitä

Yksityisyyden *postmodernisaatio*ssa näyttää ensinäkemältä olevan kyse siitä, että perheidentiteettiä tuotetaan vapaa-ajan kulutuksella yhä kiivaammin.\* Kuten edellä olen esittänyt, vapaa-ajan privatisoituminen on ymmärretty juuri tällä tavoin. Esimerkiksi video näyttää suosituilta samoista syistä kuin edellä mainitut itsensä representoinnin välineet: se on sekä ostettava tavara että metatavara, se on vapaa-ajan aktiviteetti ja samalla väline representoida perhettä vapaa-ajan viettönsäan.

\* Ilmiötä on myös teoretisoitu yhä enemmän Pierre Bourdieun uudenlaisen ”keskiluokan”, uuden pikkuporvariston käsitteen avulla. Katso tästä esim. Featherstone 1991 ja Lee 1992.

Mutta itse asiassa uudet digitaaliset vempaimet ovat tarjonneet pikemminkin mahdollisuuden kuvien kuluttamiseen tavaroina kuin keinon tuottaa kuvia itsensä representoimiseksi. Kuten edellä olen esittänyt, valokuvaus ei ole erityisen keskeistä uuden teknologian hyödyntämisessä: valokuvat ovat yhä paperilla tai dioina, niiden käsittely tietokoneiden sovellusohjelmilla tai yhdisteleminen multimediallisen keinoin on vieläkin kovin vähäistä. Teoreetikoille postmodernisaatio on merkinnyt arkisen maailman täyttymistä kuvavirralla ja siihen perustuvilla aktiviteeteilla. Arki "estetisoituu", tavarat muuttuvat merkeiksi, kulutuskulttuurista kasvaa draama, jossa itseä esitellään merkkitarvojen kautta, vapaa-aika ja kulutus kääntyvät speaktaakkeliksi, maailmaa kulutetaan kuvina. Digitaalihuödykkeet ja kotiviihde tehostavat tätä kulutuskuvienvirtaa ja jäsentävät kuviin kutoutuvaa toimintaa – näin ainakin televisio, videot, tietokonepelit, graafiset sovellusohjelmat jne. Perinteinen valokuvien näpssiminen liittyy konventionaalisimmillaankin aktiiviseen itsen representointiin, kun taas digitaalisessa kulttuurissa kytkeydytään yksityisen alueen ulkopuolelta tulevaan kuvavirtaan: kodista muodostuukin eräänlainen hakkeri.

Tällaisen ajattelutavan mukaan on nähtävissä, että valokuvauksen merkitystä kotitalouksissa eivät ole niinkään muuttaneet tekniset tai kaupalliset kuvaustapojen uudistukset. Sen sijaan valokuvan merkitykseen vaikuttaa sen suhde kotielämässä vallitseviin kuvallisiin käytäntöihin, jotka taas ovat huomattavasti muuttuneet tekniikaltaan. Väittäisin, että kuvalliset käytännöt ovat sopusoinnussa konsumerismin ja vapaa-aikateollisuuden kanssa, mutta kotoisa valokuvien näpssiminen ei ole. Lyhyesti sanottuna, itsensä representointi kuvilla on digitaalisessa kulttuurissa vaakalaudalla.

Voimme palata "perhealbumiin", joka on osoittautunut kaikkein vaikuttavimmaksi metaforaksi käsiteltäessä valokuvausta kodin piirissä – suurelta osin Jo Spencen työn myötä. "Perhealbumi" voi todella olla olemassa, ja sitä voidaan ajatella todellisena objektina (kansiona, joka sisältää siihen valittuja kuvia). Voimme käsitellä albumin myös laajemmin, valikoimana erityisiä kuvia, joiden avulla representoimme perheidenteettiä itsellemme ja toisille. Näiden kuvien ei tarvitse olla varsinaisesti kansiossa, vaan ne voivat sijaita myös takanreunuksilla tai työpöydillä, lompakoissa tai kehyksissä seinillä. "Perhealbumin" metafora, oli sen fyysinen ilmenemismuoto mikä tahansa, tarkoittaa kuvien ikoneiksi ja kertomuksiksi muokkaamista, jolla taas rakennetaan ja vakiinnutetaan perheidenteettiä. Albumia saatetaan editoida uudelleen, sieltä voidaan esimerkiksi poistaa epämiellyttäviksi käyneitä kuvia. Lopputulos on kuitenkin aina sellainen identiteetin representaatio, joka vie arjen tuolle puolen (vaikka vain hetkeksi). Valokuvat ovat jälkiä menneestä, joten niiden realismi saa konstruoidun identiteetin näyttämään siltä kuin se kiinnittyisi luonnollisesti ajan kulkuun. Spencen kriittisen strategian ideana oli purkaa tätä mystifiointia, jolla kulttuuria muunnetaan luonnoksi. Spence osoitti valokuvillaan ja kirjoituksillaan, kuinka perhealbumien kertomuksia tuotetaan valitsemalla tiettyjä koodeja ja idealisaatiota.

On kuitenkin mahdollista, ettei perhealbumilla ole enää keskeistä roolia identiteetin muodostuksessa – ei käytännössä eikä metaforisestikaan. Tämä saattaa joutua kulutuskulttuurin vahvistumisesta ja vapaa-ajan privatisoitumisen kasvusta. Ensinnäkin "perhealbumi" edellyttää tietynlaista suhdetta aikaan, käsityksen siitä, että identiteetin konstruoinnissa ovat olennaisia jatkuvuus ja muisti. Kuvilla itsellään täytyy olla ikonin status: niillä täytyy olla erityisen auraattisuuden ja korvaamattomuuden sädekehä, koska ne välittävät materiaalisesti menneisyyden meille ja perheelle, johon osallisena yksilö on jotakin enemmän. Vuodelta 1982 löytyy mielenkiintoinen markkinointitutkimuksen tulos, jonka mukaan 39 prosenttia vastanneista arvioi perhekuvansa kaikkein arvokkaimmaksi omaisuudekseen. Tämä vaikuttaa todelta ja vastaa sitä tulkutonta menetyksen tunnetta, jonka koemme rakkaan valokuvan hukkuessa tai tuhoutuessa. Moisessa tilanteessa



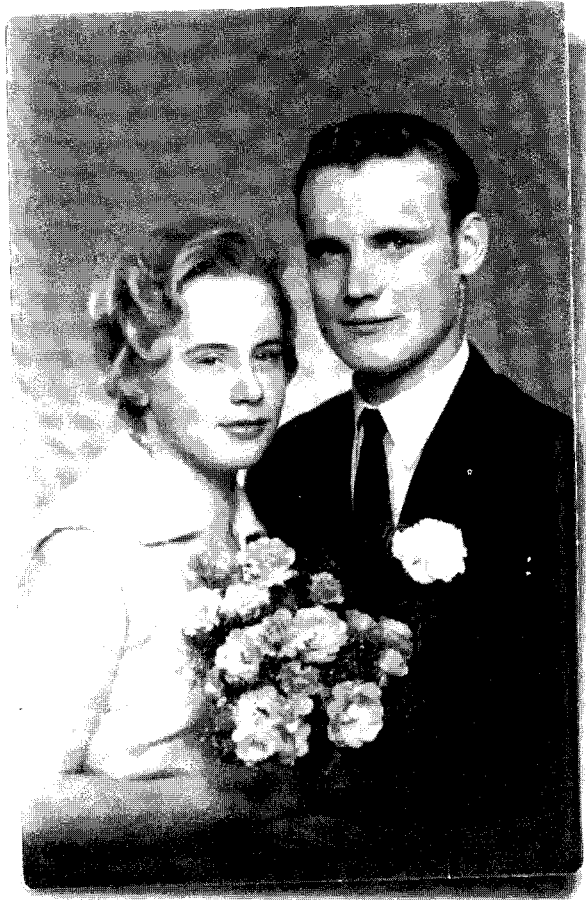
ehkä kaikkein postmoderneinkin kuluttaja tuntee, että vastuu menneisyydestä on muutakin kuin fantasiaa.

Perhealbumin osakseen saama huima arvostus ei kuitenkaan vastaa todellista tapaamme käyttää kuvia. Edellä mainittu selvitys osoitti, että 60 prosenttia vastanneista ja näiden perheistä katseli perhekuvia ainoastaan kerran vuodessa tai harvemmin ja 79 prosenttia harvemmin kuin kerran puolessa vuodessa. Selvittä-mättä on myös jäänyt, kuinka moni itse asiassa järjestää kuviaan johonkin albumia vastaavaan: useimmat kuvat jäänevät valokuvausliikkeen kuoreen. Niinpä perhealbumia – konkreettissa tai metaforisessa mielessä – pidetään arvossa, mutta arkielämässä sillä on hyvin vähän käyttöä. Kuvien *ottaminen* kuuluu itsestäänselvästi vapaa-aikaan, mutta niiden *katseleminen* on marginaalista. Meidän on tärkeä tietää, että albumikuvat ovat todellakin olemassa, mutta ne eivät liity kuvallisiin arkiikäntöihimme. Kiinnostavaa kyllä, ainoa onnistuneesti markkinoitu väline kotoisten otosten kääntämiseksi digitaaliseen kulttuuriin näyttää olevan valokuva-cd-rom. Sekin näyttää tehdyn pikemminkin kuvien arkistointiin ja säilyttämiseen (tällaiseen sitä on myös markkinoitu) kuin kuvien käyttämiseen tai kuvilla puuhaamiseen (edes järjestämiseen kertoviksi albumeiksi).

Kodin piiriin kuuluvien kuvien suhdetta nykyiseen arkielämään kuvaakin toisenlainen metafora: "ilmoitustaulu" tai jopa "seinä". Sen sijaan, että liimaisimme kuvia albumeihin (järjestäisimme niitä kertomuksiksi tai ikoneiksi takareunukselle) ja siten tekisimme niistä historiaa, me mieluummin laitamme niitä nastoilla ja sinitarralla sattumanvaraisesti näkyville, esitykseksi itsestämme ja nykyisyydestämme. Itse ottamamme tai ystäviemme näpsimät kuvat ja ylimääräiset passikuvat ovat kotien ilmoitustaululla tai seinällä vierähtävien lehtileikkeiden, postikorttien, syntymäpäiväonnittelujen, osoitteenmuutuskorttien, ilmoitusten, lasten piirustusten kanssa. Ilmoitustaulu ei ole kertomus tai "kotialttari", vaan sattumanvarainen, väliaikainen ja vaihtuva kollaasi. Siitä voidaan seurata kuvien jokapäiväistä kierrätystä. Tässä käytännöllisessä yhteydessä kotoiset valokuvat saavat paikkansa muiden kuvien virrassa – valokuvallisten ja ei-valokuvallisten, julkisten ja yksityisten kuvien joukossa.<sup>1</sup>

Metaforinen "valokuvaseinä" viittaa lukuisiin kehityssuuntauksiin, joista yksikään ei ole aivan uusi digitaalisessa kulttuurissa. Nykyinen arkielämä kuitenkin vahvistaa kaikkia näitä suuntauksia:

Ensiksi on huomattava, että arjessa elävät kuvat kytkeytyvät pikemminkin käytäntöihin kuin muistiin: ne ovat osa konsumeristisen nykyajan hetkellisyyttä ei-



vätkä historiallista perhealbumin rakentamaa aikaa. Seinälle kiinnitetyt kuvat sekä kumpuavat nykyhetkestä että tuottavat sitä – usein ne ovat selkeää käytännön viestintää. Esimerkiksi postikortit, valokuvat tai muut meille lähetetyt kuvat eivät ole niinkään representaatioita, jotka refleктоisivat tiettyä ihmissuhdetta ja olisivat siitä eristettävissä. Sen sijaan kuvat ovat keino purkaa tunteita toimintaan ja antaa suhteelle hahmo tässä ja nyt. Todennäköisesti digitaalinen viestintä lisää tällaista kuvien käyttöä: sähköposti, syntymäpäivä- ja joulufaksien lähettäminen, halvimpienkin tekstoreiden taitto-ominaisuudet runsaine merkkilajeineen, fontteineen ja leikekokoelmineen tekevät kaikesta kommunikaatiosta kuvallista. Digitaalinen viestintä tarjoaa useampia tapoja *olla läsnä* kuvien kautta.

Toiseen merkittävään näkökohtaan päädytään konsumerismin logiikan kautta. Sitä seuraten voidaan väittää, että itsensä *esittäminen* (presentointi) on identiteetin muodostuksessa olennaisempaa kuin itsensä *representointi*. Kuva on aina hetkessä kiinni, eikä sen tarvitse saada representaation muotoa lainkaan: identiteettiä muodostavat kuvat voivat olla vaatteissamme, kehoissamme, kotimme sisustuksessa, ajamassamme autossa. Kyseessä ei siis ole reflektiivinen representaatio itsestä (kuvitellussa) ajallisessa jatkumossa. Toisin kuin perhealbumi-metaforan tapaisessa representaatioissa, kuvissa näyttää yhä harvemmin rakentuvan min-käänlaista metatasoa tai kriittistä suhdetta tämänhetkisyuden ulkopuolelle. Kehittyneessä konsumerismissa kuva on keino esittää itseä nykyhetken tuoksinassa eikä keino representoida tätä hetkeä reflektoiden.

Tähän käsitykseen istuu myös se, että metaforinen ilmoitustaulu tai seinä sisältää julkisia ja yksityisiä kuvia rinta rinnan. Varsin kuvaavaa on esimerkiksi se, ettei Paul Willis ole teoksessaan *Common Culture* tai sen pohjana olleessa tutkimuksessaan kertaakaan maininnut kuvia, joita tutkitut nuoret ovat itse ottaneet tai tehneet, mutta sen sijaan käsittelyyn otetaan ostetut kuvat: julisteet. Willisin mukaan nuorten tapa koristella huoneensa pop-tähtien julisteilla on symbolista työtä, kuvien käyttämistä luovasti merkitysympäristön muokkaamiseksi. Henkilökohtaisten representaatioiden sijaan juuri ostetuista kuvista muodostuu ensisijainen materiaali, jonka avulla neuvotellaan julkisesti saatavilla olevista kuvallisista järjestelmistä. Näiden ehdoin taas työstetään henkilökohtaisia identiteettejä.

Kolmas nykyilmiö on, että omien kuvien aktiivinen *käyttäminen johonkin* kotona (päinvastoin kuin niiden ottaminen kuvaamalla tai videoimalla) pysyy vähäisenä, koska sitä ei ole strukturoitu vapaa-ajan vietoksi. Vapaa-aika ymmärretään usein joutilaaksi tyhjäntoimittamiseksi, mutta yleisesti sitä vietetään ja eletään *aktiiviteettien* myötä. Nämä aktiviteetit ovat lisäksi valmiiksi *strukturoituja* joko perinteisiksi tai kotikutoisiksi ajanvietteiksi, speksaakkeleiksi, sosiaalisiksi tapaamisiksi tai kaupallisiksi tapahtumiksi ja hyödykkeiksi. Vapaa-ajan aktiviteetit ovat valmiiksi määriteltyjä tapahtumia, joita sanelevat osallistumisen ja katselemisen muodot, käyttäytymisen ja toiminnan säännöt sekä tapahtumajaksojen järjestys.

Vapaa-ajan järjestyminen tapahtumiksi kytkeytyy tiiviisti konsumerismiin ja siihen, kuinka aika on tavarastettu. Viime vuosisadalle tultaessa suosittu ajanvietteet, kuten erilaiset kisat ja urheilu, naamiaiset, markkinat ja elännäyttelyt järjestyivät tarkoitushakuisiksi, moderneiksi vapaa-ajan viettomuodoiksi. Ne muuttuivat tapahtumiksi, joihin ostetaan pääsylippu yrittäjältä, joka järjestää tiettyyn aikaan tietyssä paikassa määrätyn speksaakkelin, joka vastaa odotusten mukaisia sääntöjä ja konventioita. Kunkin vapaa-ajan aktiviteetin jokainen hetki voidaan näin tehdä tavaraksi, myytäväksi tapahtumaksi. Kuten itse termi "speksaakkeli" vihjaa, vapaa-ajan tapahtumien strukturointiin alistuvat paljolti sellaiset huvitukset, jotka perustuvat kuvaan: teatteriesitykset, urheiluspeksaakkelit, televisio-ohjelmat jne. (joskin kaikkein vaikutusvaltaisain strukturointi ajalle – *broadcast time* – on ensiksi otettu käyttöön radiossa). Valokuvaus sellaisenaan kehittyi julkisia kuvia esittäneistä speksaakkeleista, dioraamoista ja panoraamoista, jotka taas olivat sukua taikatempujen, karnevaalien ja sirkuksen kaltaisille julkisille huvituk-

sille. Valokuvauksesta tuli myös viihteellinen tapahtuma koteihin: viktoriaaninen villitys stereoskooppeihin on selkeä esimerkki siitä, kuinka vapaa-aika tavarautui ohjelmoiduksi tapahtumaksi (Slater, 1995).

Vapaa-aika on siis alkanut tarkoittaa hyödykkeillä jäsennettävää aikaa (tässä yhteydessä hyödykkeet voivat olla joko elämyksiä ja speaktaakkelia tarjoavia tapahtumia tai materiaalisia tavaroita, joita käytetään tiettyjen konventioiden mukaan). Valokuvien *ottaminen* on sinänsä strukturoitua (Kodakin yleistämä valokuvaaminen olkoon esimerkkinä siitä, kuinka monimutkainen taito strukturoituu helpoiksi askeliksi: ”Painat vain nappia...”) ja sitä pidetään luontaisena osana muita vapaa-ajan tapahtumia: lomamatkoilla, jouluna, häissä. Valokuvaus soveltuu yleisluontoiseen vapaa-ajan tavarautumiseen ja se tavarauttaa osaltaan vapaa-aikaa. Ihmisiä kannustetaan ottamaan sellaisia valokuvia, joissa elämämme kehystyy vapaa-ajan tapahtumaksi. Valokuvien *käyttö* ei kuitenkaan sovellu vapaa-ajan tapahtumaksi, kuluttajan käytännöksi tai elämykseksi. Katselemme valokuvia korkeintaan jonkinlaisena kertakäyttöisenä uusintakokemuksena hiljattain sattuneesta vapaa-ajan tapahtumasta (vilkaisemme nopeasti matkakuvat, kun saamme ne kehityksestä). Pahimmassa tapauksessa valokuvat ovat sosiaalinen rasite ja pakkopulla, vaikkapa uuvuttava diaesitys.

## Vapaa-ajan ohjelmointi

Perhevalokuvia ei siis ottamisensa jälkeen käytetä vapaa-ajan viettoon, mutta sen sijaan itse vapaa-aika ja kulutuskäytännöt näyttävät keskittyvän erilaisiin kuvallisiin esityksiin. Mainitsin jo, kuinka itsensä esittäminen (vastakohtana itsensä representoinnille) näyttää liittävän kuvan jatkuvaan tyylin rakentamiseen. Tämän lisäksi kotiviihde perustuu olennaisesti kuviin: kuvat on helppo strukturoida vapaa-ajan tapahtumiksi kuten videoiden katselemiseksi tai tietokonepelin pelaamiseksi.

Tätä vapaa-ajan strukturoitumista voisi hahmottaa ”ohjelmoinnin” (programming) ajatuksella. Käsite viittaa ensinnäkin siihen, kuinka television ohjelmat valitaan ja asetetaan tiettyyn järjestykseen. Tällöin vapaa-aika jäsentyy tämän *ohjelmavirran* (flow)mukaan. Valintoja voidaan tehdä, mutta pääasiallisesti erilaisen virtojen välillä (voidaan esim. valita, mitä kanavaa katsellaan). Virta strukturoi ajan valmistelluiksi jaksoiksi, joihin sukelletaan ja joista sitten lähdetään pois. Toisaalta ohjelmoinnin metaforaa käytetään tietokoneohjelmien teossa. Niissä ohjelmointi tuottaa *valikkopolun* (decision pathway) rakenteen, jolla käyttäjän mahdollisuuksia ohjataan. Ohjelmoija yrittää ennakoita, mitkä tapahtumat olisivat mahdollisia ja haluttuja, tarjoaa strukturoidun tavan valita tiettyjen ennakoitavien tapahtumien väliltä ja yrittää sitten sisällyttää ohjelmaan näiden valintojen seuraukset, joista seuraa jälleen valikoima vaihtoehtoja. Jos televisiokanava representoi virtaa, tietokoneohjelman valintahdollisuuksia representoi parhaiten valikko (*menu*).

Näillä tavoilla vapaa-ajan aktiviteetit voivat strukturoida kodin ajankäyttöä ja elämyksiä laskelmoitaviksi tapahtumiksi. Sekä strukturoinnin tuottava teknologia (televiisiot, videot, tietokoneet, cd-romit) että tapahtumat sinänsä voidaan myydä tunnistettavina, esineistettyinä ja rationalisoituina tapahtumina – tavaroina. Varsinkin ”vapaa-ajan” satunnainen toiminta voidaan pistää kuriin standardoiduksi, luotettavaksi, toistettavaksi, ennustettavaksi tapahtumaksi – sekä tehokkaasti voittoon pyrkivää tapahtumien tuottajaa että rahoilleen vastinetta kaipaavaa kuluttajaa varten. Kotona näpsittäville valokuvilla on kilpailijanaan hyökyaalto kullaisia tapahtumia, jotka tuottavat helposti kulutettavia ajan ja toiminnan rakenteita sekä järjestävät arjen ja vapaa-ajan ohjelmoiduiksi virroiksi tai valikkopoluiksi, joista television virta on kaikkein näkyvin. Tietokonepelin valikkopolut

ovat kenties vielä tehokkaampia: kuvat strukturoituvat ajan mittaan suljetuiksi ympäristöiksi, joissa sisäisesti yhdenmukainen, mutta joustava säännöstö tuottaa mukaansatempaavia aktiviteetteja fiktiivisessä maailmassa.

En väitä, että nämä kuviin liittyvät vapaa-ajan toiminnot ovat yksinkertaisesti massakulttuurista aivopesua. Ne vain marginalisoivat kodin piirissä tapahtuvaa itsen representointia, koska kotona räpsittäviin valokuviin ei liity valmiiksi rakennettuja vapaa-ajan käytäntöjä. Suhteemme vapaa-ajan kuvallisiin aktiviteetteihin voi olla äärimmäisen luova ja palkitseva, mutta siinä ei yksinkertaisesti tunnu olevan paikkaa henkilökohtaisille kuville meistä. Ero on ilmeinen vaikkapa verrattaessa digitaalitekniikan vaikutuksia musiikin alalla: uusi teknologia ruokkii musiikissa uusia itseilmaisun muotoja tavoilla, joita kuvateknologiassa ei näy. Rap, "sämpläys", jopa karaoke tai yksinkertaisesti juhlien taustamusiikkikasetin kokoaminen eroavat merkittävästi perhealbumin koostamisesta.

Sen sijaan varsinainen harrastajavalokuvaus tuntuisi soveltuvan hyvin kuvallisuuden ohjelmointiin vapaa-ajan käytännöksi. Valokuvaus harrastuksena on aina ollut erityisen konsumeristista, koska siinä keskitytään etupäässä teknisiin ratkaisuihin, taitoihin ja välineistöön. Amatöörivalokuvauksessa on tavattu minimoida kaikki kuvien sisältöä ja tarkoitusta koskevat kysymykset ja suosia keskittymistä muodollisiin teknisiin ominaisuuksiin (filmiin, laatuun, syvyytarkkuuteen, kehitykseen jne.). Alan harrastajien lehdet käsittelevät varsin kattavasti yksityiskohtia filmityypeistä, valotusajoista, linssien ominaisuuksista, kehityksen kemiallisista detaljeista, kun taas kuvauskohteita luonnehditaan vain karkeasti ja itsestäänselvänä genreinä (muotokuva, "glamour"-kuva, maisemakuva jne.) Koska strukturointi näin perustuu teknisiin vaihtoehtoihin, valokuvaus putoaakin kuluttajavallinnan harjoittamisen kastiin (tarvitsen tuon linssin, tätä filmiä, tällaisen jalustan ottaakseni tällaisen valokuvan), jossa pääomia kasaantuu pitkälle vietyä teknofetisismiä hyväksikäyttäen.

Digitaaliset hyödykkeet perustuvat harrastukseen monella tapaa. Ensinnäkin tekniset harrastajat pyrkivät valistuneeseen makuun ja ihanteellisen järjestelmän tuottamiseen: kun kameralaitteistoa kasataan, hi-fi-elementtejä hankitaan tai tietokoneeseen yritetään saada optimaalinen nopeus, muisti, resoluutio jne., motivaationa on innokkuus kohota teknisen tehon portailla. Toisaalta tekniset hyödykkeet on sekä markkinoitu että ymmärretty siten, että niillä kaikilla on tarjottavanaan selkeästi jäsentyviä teknisiä ominaisuuksia ikäänkuin virtana valintoja: tämä kamera tarkentaa viiden kohdistuspisteen avulla, tämä toinen taas vain yhden tai kahden avulla. Photoshopin kaltaisella ohjelmalla leikkiminen muistuttaa yhtäältä tietokonepelin pelaamista, toisaalta se on harrastelijavalokuvauksen kaltaista: selkeästi strukturoituja vaihtoehtoja tarjotaan järjestettyinä valikoiksi, jotka mahdollistavat erilaisia "siirtoja". Vaihtoehdon valinta johtaa automaattisesti tietynlaiseen kuvamanipulaatioon. Tämä voidaan haluttaessa kiertää yhdistelemällä vaihtoehtoja, manipuloimalla kuvaa käsityönä pikseli pikseliltä (aivan kuten automaattikameroitakin voidaan käyttää manuaalisesti), mutta luova käyttäjä törmää aina rakenteeseen: valikkopolun tarjoamat valmiit ratkaisut ovat paljon yksinkertaisempia käyttäen.

## Kriittisiä suuntaviivoja

Passiivisuus on kulutuskulttuurin olennainen elementti. Sillä voidaan tosin tarkoittaa monia asioita, eikä sen tarvitse viitata siihen, että tämän päivän kuvallinen massakulttuuri olisi aivopesua, kuten usein on väitetty. Nykyisistä postmoderneista näkökulmista tarkasteltuna tällainen käsitys vaikuttaa jälkijättöiseltä, joskin asenteissa näyttää tapahtuvan täyskäännöksiä myös päinvastaiseen suuntaan (katso esim. Morley 1992). Kuluttajan aktiivisuuden korostaminen, keskitty-

minen merkitysten ja kulutuskäytänteiden omaehtoiseen tuottamiseen on hämärtänyt sitä keskeistä seikkaa, että kuluttaja on *valitsija*, joka voi valikoida tuotteita ja elämyksiä vain ennalta määriteltyjen vaihtoehtojen joukosta. Vapaus taktikoida tai tehdä valintoja rakenteiden välillä ei korvaa valtaa luoda näitä rakenteita. Perinteinen valokuvaus kodin piirissä on esimerkkitapaus aktiivisuudesta, joka on passiivisuuden sanelemaa: semioottisilta ja käytännöllisiltä mahdollisuuksiltaan valokuvaus edustaa viltintä mahdollista representoinnin kykyä, jota kuitenkin käytetään äärimmäisen rajoitetusti. Juuri tämä on massamittaisen kotivalokuvauksen kohtalo, vaikka valokuvauksen yleistymisen – kaikkein tavanomaisimmassa muodossaankin – jakoi representoinnin mahdollisuuksia ja välineitä laajoille kansanosille. Nykyään jopa tämä rajallinen kyky näyttää sopivan huonosti yhteen digitaaliseen kulttuurin kanssa, jossa vapaa-aika on strukturoitu käytännölliseksi, hetkelliseksi ja tarkasti ohjelmoituksi kulutukseksi. Tämän lisäksi on vielä nähtävissä, että kaikkein tavallisimmatkin yksityiset kuvat luovuttavat kotona paikkansa julkisille kuville.

Näitä teemoja on nyt syytä sitoa aiempiin kriittisiin näkökulmiin ja käytäntöihin. 1970-luvulla oli useita radikaaleja valokuvauksen käytäntöjä, jotka näkivät valokuvauksella olevan mahdollisuuksia kasvattaa ihmisten toimintakykyä arjen virrassa: opetuksessa, dokumentoinnissa, politiikassa jne. Nämä suuntauksat – etenkin Jo Spencen työt – käsitelivät jossain määrin myös kodin piirissä tapahtuvaa valokuvausta. Spence käytti perhealbumia tekstinä, josta saattoi lukea omaan historiaan liittyviä alustus- ja riippuvuussuhteita. Näytti mahdolliselta, että kriittiset valokuvauksikäytännöt todella voisivat murtaa perheen yksityisyyden ja nostaa erilaisia teemoja julkisuuteen: tämä oli yksi tapa todeta, että henkilökohtainen on poliittista.

Valokuvauksen todellisen rajoittuneisuuden ja sen toimintakykyisyyttä lisäävien mahdollisuuksien välillä on siis valtava jännite, suoranainen vastakkainasettelu. Kodissa tapahtuvalla valokuvauksella on kulttuurisen tuottamisen voimaa ja kykyä, mutta kodin piiriin tuotantosuhteet rajoittavat sitä. Tästä jännitteestä voidaan johtaa kolme utooppista toivetta tai vaatimusta:

- 1) Kotioloihin soveltuva valokuvaus tarjoaa mahdollisuuden kertoa tarinoita itsestä, elämästä ja ympäröivästä maailmasta. Miksipä ihmiset eivät kertoisi – kamerat kädessään – elämästään itselleen ja toisilleen sellaisina kertomuksina, jotka muokkautuisivat heidän unelmiensa, toiveidensa ja suuttumustensa mukaisesti? Tämä tarjoaa mahdollisuuden toimintakykyisyyden lisäämiseen.
- 2) Itsensä representoimiseen ryhtyttyään – kriittisen *tiedostavaan* itsensä representoimiseen – ihmiset voisivat kritisoida median heistä ja muista levittämiä julkisia, hallitsevia representaatioita. Kuinka representaatioihin liittyvien rajoitusten alkulähde eli myytti *realismista*, kuvan faktuaalisuudesta ja merkityksen luonnollisuudesta voisi koskaan pysyä hengissä, jos ihmisillä olisi omia kokemuksia kuvien *tekemisestä*? Tämä tarjoaa mahdollisuuden mystifioinnin purkamiseen.
- 3) Itse tuotettujen representaatioiden painoarvo, voima ja totuudellisuus voisi vastustaa hallitsevaa mediaa, nähdä sen läpi. Vaihtoehtoisten lehtien, elokuvien, julisteiden, teatterien, uutistoimistojen ja organisaatioiden maailmassa arkiset valokuvat voisivat kuulua hegemonian vastaiseen, uutta luovan kulttuurin kastiin. Tässä on kulttuuripoliittinen mahdollisuus: uudenlaisesta kulttuuripoliittisesta voimasta voisi syntyä uutta poliittista kulttuuria.

Nyt 1990-luvulla, jos mitkään empiiriset ja sosiologiset väitteet kriittisestä postmodernismista pitävät paikkansa, nämä mahdollisuudet ja niiden osoittamat ongelmat ovat yhä ajankohtaisempia. Mahdollisuuksissa pitäisi sitäpaitsi olla vieläkin enemmän "potentialia". Näin ei kuitenkaan näytä olevan, kaikkein vähiten di-

gitaalisten hyödykkeiden strukturoimissa vapaa-ajan käytännöissä.

Jos postmoderni subjekti ei ole ainoastaan hajaantunut, vaan suorastaan skitsoidi; jos identiteetin fragmentoituminen ei synny vain ytimen hajauttamisesta, vaan ytimen täydellisestä puuttumisesta ja jos merkitykset ovat täysin mielivaltaisia – siinä tapauksessa kyky kertoa omia tarinoitamme ei ole ainoastaan tarpeellista vaan välttämätöntä ja *olennaista*. Toimintakykyisyyden lisääminen itsensä representoinnin alueella ei ole poliittista ylijäämää, jota haihattelevat vastakulttuurien edustajat tarjoavat välineeksi taisteluun paremman maailman puolesta. Sen sijaan se on välttämätön ehto sille, että kukaan voisi ylipäättään säilyä hengissä ja pysyä tervejärkisenä nykyisessä arjessa. Toisaalta se on myös kulutuskuulttuurin yleistä valuuttaa – pukeutumisen ja koristautumisen väline. Itsensä esittely kulutusrakenteiden ja strukturoidun vapaa-ajan vieton säännöin valtaa yhä enemmän sitä aluetta, joka kriittisen ajattelun mukaan voitaisiin varata itsensä *representointiin*. Kodin piirissä valokuvilla vaalitaan edelleenkin sitä myyttiä, että on olemassa rajallinen ydinidentiteetti. Juuri valokuvien avulla me kerromme kotoisaa elämäämme perinteisenä tai jopa elämään olennaisesti kuuluvana tarinana hetkistä (syntymästä, avioliitosta, kuolemasta), jotka kykenevät ylittämään julkiset minän esitykset. Meille on annettu toimintakykyisyyden lisäämisen mahdollisuus, mutta sitä ei ole hyödynnetty valokuvauksessa. Kotivalokuvat ovat postmodernin maailman *antiikkia*.

Toinen postmoderniteetin näkökohta liittyy todellisuuden luonteeseen. Jos postmoderni maailma koetaan hyperreaaliksi, jos merkin ja sen referentin suhde on sekä teoreettisesti kyseenalaistettu että empiirisesti ylösalaisin kääntynyt, niin realismi ei ole ainoastaan kuvitteellinen saalis kuvien jahdattavaksi, vaan suoraan mahdoton viitekehys niille ylipäättään. Silti itse ottamiemme valokuvien on tarkoitus kertoa totuus – vaikka emme enää odota sitä miltään julkisesti esitellyltä kulta. Jean Baudrillard saattaa uskoa, että Persianlahden sota käytiin pääasiassa televisiossa, mutta ainakin meidän häämme – piru vie – pidettiin ja tässä on valokuva (ja video) siitä todisteeksi. Mystifioinnin purkamisen mahdollisuus on taas tarjottu meille, mutta kotoisissa valokuvauksen käytännöissä kieltäydymme siitä. Kuvan surrealismissa voidaan seikkailla tietokonepelin strukturoidussa maailmassa, mutta itse näpsäisty kuva pysyy edelleen kuvaamallani tavalla yhtäältä koskemattomana todistuksena menneestä, toisaalta marginaalisena, koska se on vain köykäinen, väliaikainen ja kertakäyttöinen hetki nykyisyydestä. Se on liian vakava (se on realismia, jälki menneestä) ja samalla se ei ole alkuunkaan vakava (sitä ei pidetä todellisena keinona tutkia nykyisyyttä).

Kolmas näkökohta postmodernista on yhteiskunnallinen. Jos postmodernia määrittää erojen ja hierarkioiden purkautuminen, arvon ja alistamisen topografian (korkea/matala, valtakulttuuri/alakulttuuri) korvautuminen horisontaalisilla eroilla, silloin juuri tulisi antaa arvoa populaarin ja eletyn kulttuurin poliittisille mahdollisuuksille (tai ei-alisteisten poliittisten kulttuurien moninaisuudelle). Arkinen valokuvaus – visioidakseni hetken aikaa – voisi olla keino kääntää kuluttajavalintojen moninaisuus aktiiviseksi konstruoinnin moninaisuudeksi, paikallisen ja vapaaehtoisen yhteistoiminnan tuottamiseksi. Näin voitaisiin rakentaa kansalaisyhteiskuntaa, jossa yksityisillä kulttuureillamme olisi todellista julkista merkitystä (perheen privatisoidun ja sentimentalisoitun fantasiamaailman sijaan).

Digitaaliteknologialla voi hyvinkin olla tarjottavanaan kulttuurisesti tuottavia ja toimintakykyisyyttä lisääviä resursseja. Olen tässä epäillyt vain sitä, tulevatko nämä mahdollisuudet koskaan käytetyiksi kotivalokuvauksessa itsen representointiin. Raa’asti yksinkertaistaen, valokuvauksen aiempi lupaus toimintakykyisyydestä, mystifioinnin purkamisesta ja arjen politisoimisesta tuskin edistyy, kun digitaalinen kulttuuri tekee tuloaan vain tehostettuna vapaa-ajan kulutuksena.

- 1 Valokuvakansio ja takanreunuksen koristely kuvilla ovat aina jokseenkin surrealistisia valokuvan käyttötapa- ja siinä mielessä, että niihin kuuluu usein valokuvien lisäksi myös muistoesineitä, jotka saattavat olla löydettyjä tavaroita, pääsylippuja ja käsiohjelmia muisteltavista tapahtumista tai postikortteja (perinteiselle takanreunukselle asetellaan kehystettyjen kuvien ohella matkamuistoja, teemalautasia ja mukeja). Nämä kuvat ja muistoesineet ovat kertakäyttöisiä arkiesineitä, jotka ovat saaneet arvostuksen auran. Väliaikaisuuden ja arvostuksen auran välinen jännite sekä esineiden muuntuminen yhdestä toiseksi ovat merkittäväällä tavalla muuttuneet ilmoitustaulun ja kuvaseinän yhteydessä: emotionaalinen panostus näihin kuviin voi olla hyvin-kin intensiivistä, mutta yleensä lyhytkestoista – asteittain näistä kuvista tulee näkymättömiä (usein myös kirjaimellisesti, kun uusi aarre kiinnitetään niiden päälle).

## Kirjallisuus

- Aglietta, M. (1979(1976))  
A Theory of Capitalist Regulation: The US Experience. London: Verso.
- Cunningham, H. (1980)  
Leisure in the Industrial Revolution, c. 1780-c.1889. London: Croom Helm.
- Featherstone, M. (1991)  
Consumer Culture and Postmodernism. London: Sage.
- Green, E., Hebron, S. ja Woodward, D. (1990)  
Women's Leisure, What Leisure?: A Feminist Analysis. London: Macmillan.
- Lee, M.J. (1992)  
Consumer Culture Reborn: The Cultural Politics of Consumption. London and New York: Routledge.
- Morley, D. (1992)  
Television, Audiences and Cultural Studies. London and New York: Routledge.
- Rojek, C. (1985)  
Capitalism and Leisure Theory. London and New York: Methuen.
- Rose, N. (1991)  
Governing the Soul: The Shaping of the Private Self. London and New York: Routledge.
- Rose, N. (1992)  
Governing the Enterprising Self. Teoksessa P.Heelas ja P.Morris (toim.) The Values of the Enterprise Culture: The Moral Debate. London and New York: Routledge.
- Slater, D.R. (1991)  
Consuming Kodak. Teoksessa Spence J., Holland P. (toim.), Family Snaps: The Meaning of Domestic Photography. London: Virago Press.
- Slater, D.R. (1995)  
Photography and Modern Vision: The Spectacle of "Natural Magic" teoksessa Jenks C. (toim.) Visual Culture. London and New York: Routledge.
- Spence, J. (1980)  
Beyond the Family Album. Ten-8, no.4, Spring.
- Spence, J. (1986)  
Visual Autobiography: Beyond the Family Album. Teoksessa Spence, J. Putting Myself in the Picture. London: Camden Press.
- Spence, J. ja Holland, P. (1991)  
Family Snaps: The Meaning of Domestic Photography. London: Virago Press.
- Thompson, J.B. (1990)  
Ideology and Modern Culture. Cambridge: Polity Press.
- Tomlinson, A. (1990)  
Home fixtures: Doing-it-yourself in a privatized world. Teoksessa Tomlinson A. (toim.), Consumption, Identity and Style: Marketing, Meanings, and the Packaging of Pleasure. London and New York: Comedia/Routledge.
- Williams, R. (1974)  
Television: Technology and Cultural Form. London: Fontana.
- Willis, P. (1990)  
Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young. Milton Keynes: Open University Press.